

**SKRIPSI**

**ANALISIS POSITIONING KARTU PRABAYAR GSM  
BERDASARKAN TARIF DAN KUALITAS LAYANAN JARINGAN**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan  
Mencapai Gelar Kesarjanaan S- 1 Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang**



Disusun oleh :

**Elang Chandraditya**

**03.30.0217**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2009**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Analisis *Positioning* Kartu Prabayar GSM Berdasarkan Tarif dan Kualitas Layanan Jaringan

Disusun Oleh :

Nama : Elang Chandraditya

Nim : 03.30.0217

Program studi : Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata

Telah disetujui dan diterima pada :

Semarang, 5 Februari 2009

Pembimbing,

(M. Widyanto, SE.MM.)

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Analisis *Positioning* Kartu Prabayar GSM Berdasarkan Tarif dan Kualitas Layanan Jaringan

Disusun Oleh :

Nama : Elang Chandraditya

Nim : 03.30.0217

Program studi : Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata

Telah dipertahankan di hadapan tim penguji pada hari Kamis, 26 Februari 2009.

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

( A. Ratna Wulandari,SE.MSI. ) ( DRS. R. Bowo Harcahyo,MBA. ) ( M. Widyanto,SE.MM )

Dekan  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata

( Dr. Andreas Lako,SE.MSI )

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan dibawah ini,

Nama : Elang Chandraditya

NIM : 03.30.0217

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Analisis Positioning Kartu Prabayar GSM  
Berdasarkan Tarif dan Kualitas Layanan Jaringan”**

benar-benar merupakan karya saya sendiri, apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, atau pemalsuan data maupun bentuk – bentuk lainnya, saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 5 Februari 2009

Elang Chandraditya

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Pengetahuan adalah harta yang patut dimuliakan; perilaku baik adalah busana baru, dan pikiran adalah cermin yang jernih. (Ali ibn Abi Thalib AS)
- Pengetahuan yang paling rendah ialah apa yang tinggal di lidah, dan pengetahuan yang paling mulia ialah yang terwujud dalam (amal perbuatan) melalui anggota dan organ tubuh. (Ali ibn Abi Thalib AS)
- Jangan menimpakan kecemasan hari yang belum datang pada hari yang telah datang, karena apabila hari itu berada dalam masa hidup Anda, maka Allah pun akan memberikan rezekinya pula. (Ali ibn Abi Thalib AS)
- Gunakanlah kesempatan sebaik-baiknya selama masa masih menampakan kepatuhannya padamu. (Ali ibn Abi Thalib AS)
- Sesungguhnya kegembiraan seorang mukmin di wajahnya, kekuatannya di agamanya, dan kesedihannya di dalam hatinya. (Rasulullah SAW)
- Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum, hingga mereka mengubah keadaan mereka sendiri. (QS. Ar-Ra'd, 13:11)

*Kupersembahkan bagi :*

*Kebesaran Allah SWT dan kemuliaan Islam*

*Ayah, Ibu, Mas Ga, Dian, 'n Damar yang selalu menyayangiku  
dan memberikan dukungan padaku. Sungguh tiada berarti kebahagiaan tanpa kalian.*

*My Beb, yang selalu menemaniku dan memberikan cinta  
yang begitu tulus. Kau telah membuat hidupku terasa lengkap, Love U..  
Untuk Tyo, Rani, Phonie dan seluruh teman-temanku Mahepala, Sallimna, Perpus,  
yang telah membantuku membangun diri dan memberikan keceriaan,*

*serta terimakasih untuk semua  
yang telah mengajarkan banyak hal dalam hidupku  
Serta almamaterku.*

## ABSTRAKSI

Banyaknya operator seluler yang merubah strategi promosi mereka dari kualitas menjadi penarifan menimbulkan suatu persepsi berbeda terhadap posisi kartu prabayar dalam benak konsumen. Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui posisi masing-masing kartu prabayar GSM dalam benak konsumen berdasarkan tarif dan kualitas layanan.

Penelitian dilakukan di kota Semarang dengan obyek penelitian para pengguna kartu prabaya Simpati, As, Im3, Mentari, XL, dan Three dan jumlah responden keseluruhan sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Multi Dimensional Scaling* (MDS) dari program SPSS.

Hasil analisis adalah berupa *perceptual map* dua dimensi yang menggambarkan posisi atribut produk dan posisi produk berdasarkan persepsi konsumen. Dari hasil pemetaan posisi atribut produk dan posisi produk, maka dapat disimpulkan bahwa enam kartu prabayar GSM memiliki posisi yang relatif berbeda dalam benak konsumen.

*Kata kunci : Positioning kartu prabayar berdasarkan tarif dan kualitas layanan jaringan.*

## **KATA PENGANTAR**

Persaingan ketat dalam dunia komunikasi telah membuat para operator seluler menggunakan segala cara dalam promosinya untuk merebut hati para calon konsumennya. Sayangnya, promosi yang dilakukan kebanyakan hanya terbatas pada penurunan tarif dan tanpa memperhatikan peningkatan kualitas jaringan yang dimiliki. Perang tarif yang dilakukan oleh para operator seluler telah menimbulkan sebuah persepsi yang beragam di benak para pengguna kartu prabayar akan positioning masing-masing kartu prabayar.

Penelitian ini berusaha menjawab dengan memaparkan hasil penelitian yang berupa analisis positioning berdasarkan tarif dan kualitas layanan jaringan yang ditinjau dari persepsi konsumen terhadap enam kartu prabayar GSM. Sehingga hal ini dapat membantu orang-orang maupun organisasi atau perusahaan yang ingin mengetahui posisi dari keenam kartu prabayar GSM di tengah perang tarif yang sedang berlangsung.

Selain itu, tujuan utama dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Katholik Soegijapranata, Semarang.

Penulis menyadari bahwa perjalanan selama masa kuliah hingga penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah turut menyumbangkan pikiran, tenaga, waktu, dan doa yang sangat besar artinya bagi penulis. Oleh karena hal tersebut, penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan banyak kesempatan kepada penulis untuk belajar dari kebesaran akan segala ciptaan-Nya.
2. Rasulullah Muhammad SAW, Imam Ali bin Abi Thalib As, Sayiddah Fatimah Zahra As, Imam Hasan As, Imam Hussein As, Imam Ali Sajjad As, Imam Muhammad al-Baqir As, Imam Ja'far ash-Shodiq As, Imam

Musa al-Kazim As, Imam Ali Ridha As, Imam Muhammad al-Jawad As, Imam Ali al-Hadi As, Imam Hasan al-Askari As, dan Imam zaman Muhammad al-Mahdi As yang telah memberikan pelajaran dan semangat pada penulis untuk tidak berputus asa dari rahmat Tuhan.

3. Bapak Dr. Andreas Lako, SE.MSI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang.
4. Bapak M. Widyanto, SE.MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberi pengarahan serta masukan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih Bapak Widy, selalu memberiku semangat.
5. Bapak DRS. R. Bowo Harcahyo, MBA. dan Ibu A. Ratna Wulandari, SE.MSI. selaku Dosen penguji yang telah memberi masukan, pengarahan dalam tahap *finishing* skripsi dan yang telah memberikan rasa was-was yang mungkin akan penulis rindukan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata yang telah membekali pengetahuan kepada penulis yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh staff TU – FE yang melayani dan memberikan informasi yang penulis butuhkan dan staff Perpustakaan Unika Soegijapranata, yang telah mempersilakan penulis meminjam buku serta mengijinkan membuat skripsi pada waktu kerja sehingga memperlancar pembuatan skripsi ini.
8. Kedua orang tuaku, ayah dan ibu yang selalu menyayangiku, merawatku dan membimbingku serta mendoakanku di setiap sholatnya dengan ketulusan dan keikhlasannya. Maaf apabila selama ini penulis telah banyak menyalahgunakan waktu sehingga mengecewakan kalian, sungguh tiada dapat terbalas jasa dan cinta kalian. Makasih buat kakakku (Mas Ga), kedua adikku (Dian ‘n Damar) atas segala kasih, dorongan semangat dan doa yang telah dicurahkan kepada penulis selama ini. Kalian semua adalah berkah terbesar dalam hidupku.



9. Buat belahan jiwaku, Ita Agusnugraheni yang selalu setia dan tulus menemaniku, menyayangiku, menasihati, dan melengkapi hidupku. Maaf jika selama ini terutama ketika pembuatan skripsi banyak menyakiti, dan kurang memperhatikanmu.
10. Sahabat baikku Tyo, Rani, dan Vony, yang telah banyak membantu, mengarahkan dan memberi semangat selalu kepada penulis. Terimakasih udah jadi temen sharing, tuker pikiran, teman belajar dan terimakasih buat doanya.
11. Kawan-kawan Mahepala ( Kucheng, Ucup, Mboet, Pace, Ramirez, Sitoel, Qui, dan semuanya), yang selalu memberikan keceriaan, doa dan semangat bagi penulis. Maju Terus Mahepala, Save Our Planet.
12. Mas Agus, Ustadz Hasan, dan semua teman-teman Salimna yang telah mengenalkan penulis pada kota ilmu dan pintunya sehingga penulis selalu teguh hati, jiwa, dan pikiran selama pembuatan skripsi ini.
13. Teman-teman kosku “Dapoer Glugu” yang selalu mengisi waktu jenuh di sela-sela pembuatan skripsi serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, Februari 2009

Penulis,

**( Elang Chandraditya )**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I     PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Pembatasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Kegunaan Hasil Penelitian.....	11
1.6. Sistematika Penulisan .....	11
 BAB II    LANDASAN TEORI	
2.1. Definisi Pemasaran .....	13

2.2. Pengertian Persepsi.....	15
2.2.1. Karakteristik Stimulus Yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
2.3. Pengambilan Keputusan Konsumen.....	18
2.4. Positioning.....	20
2.4.1. Strategi Positioning Produk.....	22
2.5. Kerangka Pikir.....	24
2.6. Definisi Operasional.....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	27
3.2. Populasi dan Sampel.....	27
3.3. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.3.1. Jenis Data.....	29
3.3.2. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4. Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.4.1. Validitas.....	30
3.4.2. Reliabilitas.....	32
3.5. Metode Analisis Data.....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Responden.....	35
4.2. Analisis Hasil Penelitian.....	42
4.2.1. Interpretasi Hasil Multidimensional Scaling.....	43
4.2.2. Analisis Hasil Pemetaan Posisi.....	49

BAB V    SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan..... 51

5.2. Saran ..... 52

DAFTAR PUSTAKA ..... 54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Proses Perseptual .....	16
2.2. Kerangka Pikir .....	24
4.1. Posisi Atribut Produk.....	44
4.2. Posisi Responden Dalam Atribut Produk .....	46
4.3. Posisi Produk .....	47
4.4. Posisi Responden Terhadap Produk .....	49

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Operator Seluler dan Jenis Produknya.....	3
1.2. Operator Seluler dengan Produk GSM dan Tipe Pembayarananya .....	4
1.3. Tarif Kartu Prabayar GSM .....	6
1.4. Slogan Positioning Kartu Prabayar GSM .....	7
1.5. Hasil Pra Survey.....	9
3.1. Item – Total Statistics .....	29
4.1. Pengelompokan Responden Menurut Usia.....	35
4.2. Pengelompokan Responden Menurut Jenis Kelamin .....	36
4.3. Pengelompokan Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	37
4.4. Pengelompokan Responden Menurut Pekerjaan .....	37
4.5. Pengelompokan Responden Menurut Tingkat Pendapatan .....	38
4.6. Pengelompokan Responden Menurut Anggaran Pulsa.....	39
4.7. Pengelompokan Responden Menurut Kartu Yang Digunakan.....	40
4.8. Posisi Atribut Produk .....	43
4.9. Pengelompokan Posisi Atribut Produk.....	45
4.10. Posisi Produk .....	47
4.11. Pengelompokan Posisi Produk .....	48
5.1. Positioning Kartu Prabayar Berdasarkan Persepsi Konsumen.....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran 1 :
  - Kuesioner Penelitian
2. Lampiran 2 :
  - Tabulasi
3. Lampiran 3 :
  - Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Lampiran 4 :
  - Descriptive Frequencies
  - Descriptive Crosstab
5. Lampiran 5 :
  - Uji Multi Dimensional Scaling